

Young Game 白皮书

V1.0 版 发布日期 2019年 8 月 1 日

目 录

1、项目定义

1.1	区块链	4
1.2	以太坊和以太坊应用	4
1.3	YG的独有特性	4
1.3.1	应用生态系统和其可扩展特性	4
1.3.2	真实的应用效果展示	5

2、网络游戏行业现状分析

2.1	在线游戏的定义	5
2.2	在线游戏的分类	5
2.2.1	客户端游戏	6
2.2.2	网页游戏	6
2.2.3	手机在线游戏	6
2.3	现有网络游戏盈利模式	6
2.3.1	时间收费模式的利弊分析	6
2.3.2	道具收费模式的利弊分析	6
2.3.3	客户端收费模式的利弊分析	7
2.4	在线游戏的市场现状和前景分析	7
2.4.1	全球网络游戏市场的主要特点	7、8
2.4.2	中国网络游戏市场的主要特点	9
2.5	在线游戏目前普遍存在的问题	10
2.5.1	游戏世界内的通货膨胀	10
2.5.2	付费道具对游戏公平性的破坏	10
2.5.3	游戏公司频繁开新区合区	11
2.5.4	玩家缺乏从零开始体验新游戏的勇气	11
2.5.5	现金道具交易的不安全性	11
2.5.6	玩家社群的快速解体	11
2.5.7	大公司对游戏行业的绝对影响力	11
2.5.8	游戏行业缺乏精准数据	11

3 游戏应用链与游戏产业

3.1 Y G 的应用场景·····	11
3.1.1 Y G 本位的游戏货币体系·····	12—14
3.1.2 结合区块链的账号系统·····	14
3.1.3 虚拟道具的 Y G 交易·····	15
3.1.4 Y G 应用的无限可能·····	16
3.2 游戏产业对 YG 代币币值的影响·····	16
3.2.1 在线游戏对 Y G 代币币值的影响·····	16
3.2.2 第三方应用对 Y G 代币币值的影响·····	16

4 项目计划

4.1 Y G 自主扩展应用的开发计划·····	16
4.1.1 Y G APP 的开发计划·····	17
4.2 Y G 的第三方应用开发者的发展计划·····	17
4.2.1 线上 YG 开发者的募集计划·····	17
4.3 Y G 代币的使用规划·····	17

5 总结

1 项目定义

年轻游戏的英文全称为 Young Game，简称为 YG。YG 是一套基于以太坊公有链开发的区块链代币应用和一系列相关应用所构成的扩展型生态系统，YG 将主要应用于线上游戏行业。

1.1 区块链

区块链是分布式数据存储、点对点传输、共识机制、加密算法等计算机技术的新型应用模式。

狭义来讲，区块链是一种按照时间顺序，将数据区块以顺序相连的方式组合成的一种链式数据结构，并以密码学方式保证的不可篡改和不可伪造的分布式账本。

广义来讲，区块链技术是利用块链式数据结构来验证与存储数据、利用分布式节点共识算法来生成和更新数据、利用密码学的方式保证数据传输和访问的安全、利用由自动化脚本代码组成的智能合约来编程和操作数据的一种全新的分布式基础架构与计算范式。

区块链诞生自中本聪的比特币，自 2009 年以来，出现了各种各样的类比特币的数字货币，都是基于公有区块链的。

数字货币的现状是百花齐放，列出一些常见的：bitcoin、litecoin、dogecoin、OKcoinetc，BRC，除了货币的应用之外，还有各种衍生应用，如 Ethereum、Asch 等底层应用开发平台以及 NXT，SIA，比特股，MaidSafe，Ripple 等行业应用。

1.2 以太坊和以太坊应用

比特币开创了去中心化密码货币的先河，五年多的时间充分检验了区块链技术的可行性和安全性。比特币的区块链事实上是一套分布式的数据库，如果再在其中加进一个符号——比特币，并规定一套协议使得这个符号可以在数据库上安全地转移，并且无需信任第三方，这些特征的组合完美地构造了一个货币传输体系——比特币网络。

然而比特币并不完美，其中协议的扩展性是一项不足，例如：比特币网络里只有一种符号——比特币，用户无法自定义另外的符号，这些符号可以是代表公司的股票，或者是债务凭证等，这就损失了一些功能。另外，比特币协议里使用了一套基于堆栈的脚本语言，这语言虽然具有一定灵活性，使得像多重签名这样的功能得以实现，然而却不足以构建更高级的应用。例如：去中心化交易所等。以太坊从设计上就是为了解决比特币扩展性不足的问题。

以太坊是一款能够在区块链上实现智能合约、开源的底层系统，以太坊从诞生到 2017 年 5 月，短短 3 年半时间，全球已有 200 多个以太坊应用诞生。以太坊是一个平台和一种编程语言，使开发人员能够建立和发布下一代分布式应用。以太坊可以用来编程，分散，担保和交易任何事物，例如：投票、域名、金融交易所、众筹、公司管理、合同和大部分的协议、知识产权、还有得益于硬件集成的智能资产。年轻游戏 YG 就是一个典型的以太坊应用。

2017 年 6 月 12 日，以太币价格突破 400 美元，创下历史新高，从 2017 年 2 月份的 8 美元到 6 月 15 日的 400 美元，以太币的价格已经增长了 50 倍。与此同时，比特币的价格却出现了松动，相比此前的最高点已经降低了 10%，以太币大有“接棒”比特币继续大涨的势头。

1.3 YG 的独有特性

1.3.1 应用生态系统和其可扩展特性

年轻游戏链 YG 不仅仅是一个区块链代币应用，作为一个可扩展的应用生态系统，年轻游戏链 YG 系统还包含一系列和区块链代币应用相对接的扩展应用，比如：游戏宝物挂售应用、游戏世界 YG 贡献应用、YG 快速交易 APP、爱好者讨论社区等。

最重要的是，任何一款网络游戏一旦接入年轻游戏 YG 体系后，这款游戏本身也就成了年轻游戏 YG 应用生态系统中的一个扩展应用。

YG 区块链代币应用和年轻游戏 YG 相关扩展应用相辅相成，共同构成一套完整的应用生态系统。

任何第三方开发者基于年轻游戏 YG 的设计理念所开发的任何与年轻游戏 YG 区块链代币应用相关的其他应用，都将成为年轻游戏 YG 应用生态系统中新的扩展应用。所以，随着时间的推移，在年轻游戏 YG 初

创团队和全球第三方开发者的共同努力下年轻游戏 YG 应用生态系统的规模会越来越庞大。随着 , 开发者和使用者人数的不断增加 , 广大投资者所关心的年轻游戏 YG 代币的币值也自然会随之增加。

1.3.2 真实的应用效果展示

年轻游戏 YG 应用生态系统的核心是年轻游戏 YG 区块链代币应用。应用这个中文词汇同时拥有应用软件 (application) 和实际使用于某个领域 (using for) 两个意思。所有区块链应用本身就是一款应用软件 , 不具有可比性 , 所以本节我们主要论述的是年轻游戏 YG 区块链代币应用实际应用于游戏产业的应用价值优势。

目前 , 所有的区块链应用的开发者都在其项目的发布初期就标榜自己在某个产业的应用价值。但是 , 绝大多数开发者和他们的推广团队论述他们项目在实际产业应用价值的时候都是简单取个和某产业相关的名字然后在用概括性的文字去简单论述其应用在该产业的应用价值。

作为 2019 年这个区块链应用之年发布的全新区块链应用 , 年轻游戏 YG 同样在命名中带着一个具体产业的名字——“ 游戏 ” , 但是我们不会仅仅是用概况性的文字和图表去简单论述年轻游戏 YG 在游戏产业中的应用价值 , 我们会通过游戏截图、应用效果图、数据库变化截图等多种方式一个应用场景一个应用场景图文并茂地去向大众详细介绍年轻游戏 YG 是如何给游戏产业带来改变的。

2 网络游戏行业现状分析

年轻游戏 YoungGame 作为一款从设计初级就定义了服务于在线游戏这一项实际应用价值的区块链应用 , 其初创团队从一开始就对网络游戏产业现状进行了细致的市场调研并作出了详细的评估。初创团队根据收集来的调研报告和评估结果 , 努力挖掘在线游戏行业经营者普遍面对的实际难题和游戏玩家所期待的行业变化 , 并根据这些难题和需求确定年轻游戏 YG 初期的具体开发需求。所以年轻游戏 YG 从一诞生就已经是一款实际落地于游戏行业 , 能提供实际解决方案的应用。

2.1 在线游戏的定义

网络游戏 , 英文名称为 Online Game , 又称 “ 在线游戏 ” , 简称 “ 网游 ”。指以互联网为传输媒介 , 以游戏运营商服务器和用户计算机为处理终端 , 以游戏客户端软件为信息交互窗口的旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的具有可持续性的个体性多人在线游戏。

网络游戏区别与单机游戏而言的 , 是指玩家必须通过互联网连接来进行多人游戏。一般指由多名玩家通过计算机网络在虚拟的环境下对人物角色及场景按照一定的规则进行操作以达到娱乐和互动目的的游戏产品集合。

而单机游戏模式多为人机对战。因为其不能连入互联网而玩家与玩家互动性差了很多 , 但可以通过局域网的连接进行有限的多人对战。

网络游戏的诞生使命 : “ 通过互联网服务中的网络游戏服务 , 提升全球人类生活品质 ”。网络游戏的诞生让人类的生活更丰富 , 从而促进全球人类社会的进步。并且丰富了人类的精神世界和物质世界 , 让人类的生活的品质更高 , 让人类的生活更快乐。

2.2 在线游戏的分类

目前在线游戏根据客户端的不同大致分为 : 客户端游戏、网页游戏、手机在线游戏三大类。YoungGame 的服务领域是全平台的 , 它能对接于任何终端类型的在线游戏。

2.2.1 客户端游戏

客户端游戏，是 2012 年相对于“网页游戏”所产生的新名词，全称是“客户端游戏”，即是传统的依靠下载客户端，在电脑上进行游戏的网络游戏。

2.2.2 网页游戏

网页游戏又称 Web 游戏，无端网游，简称页游。是基于 Web 浏览器的网络在线多人互动游戏，无需下载客户端，不存在机器配置不够的问题，最重要的是关闭或者切换极其方便，尤其适合上班族。

2.2.3 手机在线游戏

手机在线游戏是指以互联网为传输媒介，以游戏运营商服务器和用户手持设备为处理终端，以游戏移动客户端软件为信息交互窗口的旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的具有可持续性的个体性多人在线游戏。

2.3 现有网络游戏盈利模式

网络游戏的盈利除了衍生周边产生的经济效益外，基本来自游戏本身向玩家收取的费用。收费模式主要分三种：时间收费、道具收费、客户端收费。

2.3.1 时间收费模式的利弊分析

玩家可免费注册账号，但需要购买点卡月卡为游戏角色充值时间才能进行游戏。大多以秒为单位计算，也有包月形式的。像《魔兽世界》《EVE》《梦幻西游》都是时间收费方式的。

时间收费模式因为没有游戏公司出售的在游戏内无掉落可能的游戏道具，所以具有相对公平的游戏环境。并且每个游戏角色的升级成长，除了需要玩家付出时间成本外，还需要玩家为这些游戏时间付费买单，这样很大程度上减少了“多开”的游戏玩家，避免了“多开”对游戏世界公平性的破坏。

在道具收费模式游戏推出后的很长一段的时期，时间收费模式的游戏相对道具收费模式的游戏在市场竞争力上有着明显的劣势。在线游戏发展初期，因为人们普遍收入不高，加上早期的在线玩家以无收入和低收入青少年为主，多数玩家相较于游戏体验感更为在意的是游戏的金钱门槛。这种情况在中国这样的拥有众多早期游戏玩家的发展中国家来说尤为明显。

2.3.2 道具收费模式的利弊分析

道具收费是玩家可以免费注册和进行游戏，运营商通过出售游戏中的道具来获取利润。这些道具通常有强化角色、着装及交流方面的作用。像《征途》《穿越火线》《雅典娜 2》等都是这种收费方式。

道具收费模式通常被称为免费游戏，因为在不购买游戏内虚拟物品的情况下，玩家不需要支付时间费用，因此这种无门槛的收费模式一经推出，多数在意游戏成本的玩家便更愿意选择这种游戏模式。今年来这种收费模式已经成为行业主流。

但是随着游戏行业的逐渐成熟和玩家对游戏体验感要求的不断提升，道具收费模式的弊端也逐渐显露。目前，广受玩家诟病的问题主要是以下几点：

- 游戏进场无门槛，小号、多开泛滥造成游戏网络环境的拥堵。同时，多开玩家比单开玩家更加具有游戏竞争

力，大大破坏了游戏公平性。

- 收费道具从根本上加大了消费玩家和非消费玩家在游戏竞争力上的差距。非消费玩家在某种程度上会成为消费玩家的“杀戮”对象，最终因为在游戏内毫无胜算而倍感无趣，不得不退出游戏。

- 因为入门门槛低，游戏角色达到初、中级游戏等级的“修炼”成本低等原因，道具收费游戏比时间收费游戏更难以培养玩家对游戏角色的代入感和对游戏的忠诚度。玩家很容易从一款免费游戏转入另一款免费游戏，玩家的流动性太大。

- 上述三点均会带来游戏玩家的流失率。对于游戏中的玩家而言，玩家流失的最直接感受便是“之前我一起打副本的好友很久没上线了。”游戏内很难形成稳定的玩家社群。

2.3.3 客户端收费模式的利弊分析

通过付费客户端或者序列号绑定战网账号进行销售的游戏，大多常见于个人电脑普及的欧美以及家用机平台网络。像《战地叛逆连队 2》《反恐精英起源》《星际争霸 2》《使命召唤现代战争 2》都是序列号绑定账号收费的。

客户端收费模式属于非常不主流的收费模式，其优点是玩家一次付费便可永久免费上线进行游戏，游戏公司不会销售不可掉落的游戏道具来破坏游戏的公平性。但是这种模式很难让开发厂商获得玩家的重复消费，所以厂商往往不会把有长期更新计划的在线游戏设定为这种收费模式。另外，不得不承认在在线发游戏展初期甚至现在，很多发展中国家的计算机或其他游戏主机的普及度并不高，普遍存在在多人使用一台电脑的情况，这一点让客户端收费模式更加难以被游戏公司选择。

2.4 在线游戏的市场现状和前景分析

对比其他游戏而言，网络游戏能为玩家提供更为丰富的游戏体验，是未来游戏产业发展的主流趋势之一。首先，网络游戏具有良好的互动性，网络游戏更多地体现为人与人之间的交流和竞争，玩家可以在网络游戏世界中形成与现实世界相似的社会关系，使得游戏体验更为真实生动；其次，网络游戏的玩法更为丰富，网络游戏允许多位玩家、不同角色通过不同的组合完成游戏任务，这为游戏的多样化设计提供了更充足的条件，使得网络游戏更具趣味性；再者，网络游戏更具新颖性，网络游戏企业在运营过程中会不断推出新的游戏版本，加入新颖的游戏玩法，相较于其他游戏形式，网络游戏的更新更为频繁，使得游戏体验更具新颖性。

2.4.1 全球网络游戏市场的主要特点

全球网络游戏市场高速增长，未来增长潜力巨大，随着互联网和计算机技术的快速发展，全球网络游戏市场较快增长。年轻游戏YG初创团队的调查结果显示，全球网络游戏市场规模已从 2007 年的 78.97 亿美元增长至 2016 年的 313.94 亿美元，增长了数倍之多，年均复合增长率高于 20%，未来几年全球网络游戏行业将继续保持较快发展的态势，预计 2017 年全球网络游戏市场规模将突破 500 亿美元。

2007-2016 年全球网络游戏市场规模（单位：亿美元）

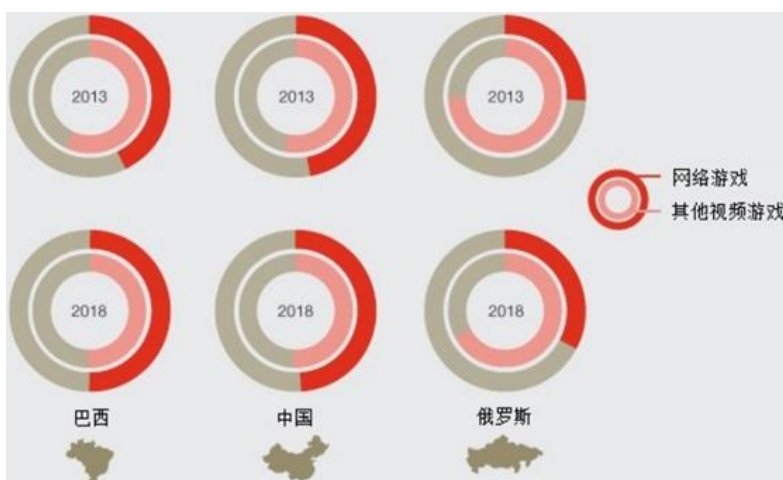


网络游戏的市场份额逐渐提高

网络游戏、单机游戏和专用设备游戏都是电子游戏产业的重要组成部分。对比其他游戏而言，网络游戏能为玩家提供更为丰富的游戏体验，是未来游戏产业发展的主流趋势之一。首先，网络游戏具有良好的互动性，网络游戏更多地体现为人与人之间的交流和竞争，玩家可以在网络游戏世界中形成与现实世界相似的社会关系，使得游戏体验更为真实生动；其次，网络游戏的玩法更为丰富，网络游戏允许多位玩家、不同角色通过不同的组合完成游戏任务，这为游戏的多样化设计提供了更充足的条件，使得网络游戏更具趣味性；再者，网络游戏更具新颖性，网络游戏企业在运营过程中会不断推出新的游戏版本，加入新颖的游戏玩法，相较于其他游戏形式，网络游戏的更新更为频繁，使得游戏体验更具新颖性。

随着计算机软硬件技术和互联网技术的发展，网络游戏产品在画面质量、音质音效、响应速度和数据交换能力等方面不断改善，网络游戏的互动性、丰富性和新颖性得到更充分地展现。

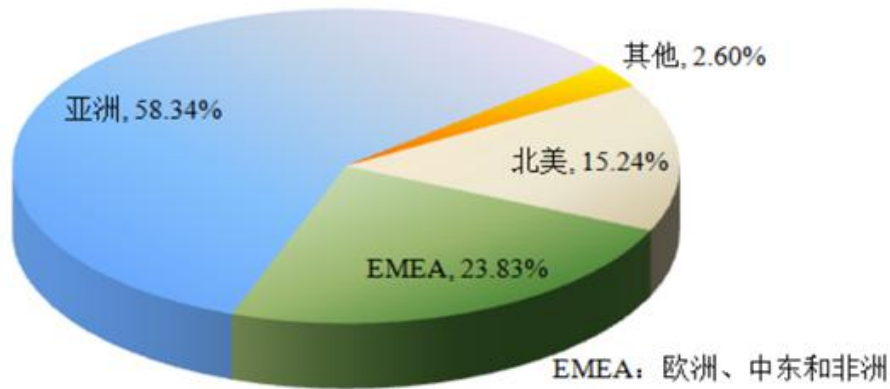
2013 年、2018 年全球网络游戏占视频游戏总产值比例



亚洲是全球网络游戏市场中坚力量

根据Young Game 初创团队的调查结果显示，亚洲是世界网络游戏最大的市场，2016 年亚洲网络游戏市场规模为 183.15 亿美元，占全球网络游戏市场总规模的 58.34%。2017 年，亚洲网络游戏市场总规模达到 220.00 亿美元。

2011 年全球各区域网络游戏市场规模占比



2.4.2 中国网络游戏市场的主要特点

中国互联网络信息中心的数据显示，截至 2014 年 12 月底，中国互联网用户数量已达到 6.49 亿。在国内互联网用户持续增加的背景下，伴随着国内网络游戏企业研发能力和运营能力的不断提升，国内网络游戏市场规模呈现持续快速增长的态势。游戏工委发布的《2014 年中国游戏产业报告》显示，2014 年中国网络游戏市场销售收入为 869.40 亿元人民币，比 2013 年增长了 21.02%。（此处网络游戏市场收入不包含移动游戏市场收入和单机游戏市场收入）

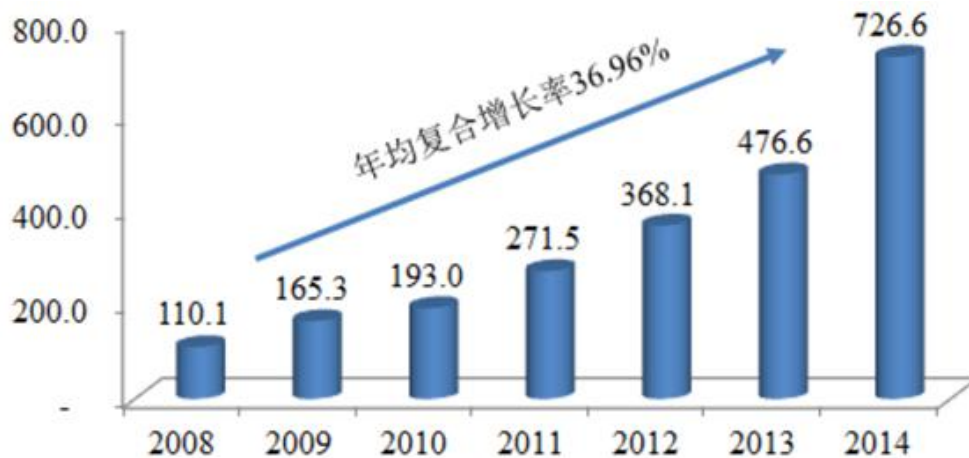
2008-2017 年中国网络游戏市场销售收入（单位：亿元）



自主研发的网络游戏成为市场发展的主导力量

在中国民族网络游戏出版工程等一系列产业政策引导下，国内民族网络游戏原创力量不断壮大，2006 年国产网络游戏销售收入首次超过进口网络游戏销售收入，扭转了网络游戏发展初期进口网络游戏占主导的局面，自主研发的网络游戏逐渐成为市场发展的主导力量。《2014 年中国游戏产业报告》显示，2014 年中国自主研发的网络游戏销售收入为 726.6 亿元人民币，比 2013 年增长 52.45%，占国内网络游戏市场销售收入的 83.57%。

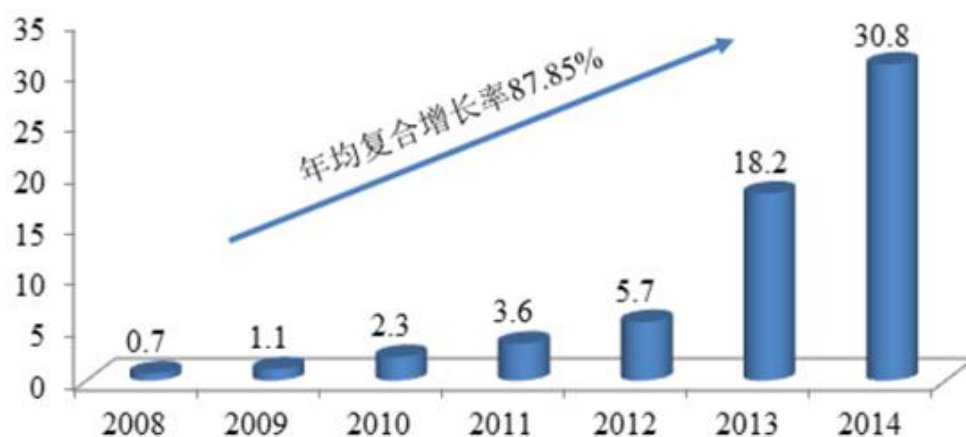
2008-2014 年中国自主研发网络游戏市场销售收入（单位：亿元）



国产网络游戏出口保持上升态势

国产原创网络游戏蕴含着众多中国历史文化的元素，将“中国元素”的文化创意产品成功地输入世界各地，对于传播中国文化意义重大。国家相关部门采取了多种措施鼓励和扶持有条件的网络游戏企业加快“走出去”的步伐。《2014 年中国游戏产业报告》显示，2014 年中国自主研发网络游戏海外市场销售收入为 30.76 亿美元，比 2013 年增长 69.01%。

2008-2014 年中国自主研发网络游戏海外市场销售收入（单位：亿美元）



网络游戏市场规模一直保持着持续上涨的态势，即使是 2008 年金融危机，也并没有改变其高速增长的趋势。由于网络游戏属于低成本的大众休闲娱乐消费产品，因此经济周期对本行业影响不大。

网络游戏的运行高度依赖互联网和计算设备，游戏玩家的消费能力取决于玩家的收入水平，随着人类知识水平和人均收入的不断提高，网络游戏行业还将不断向前发展。

年轻游戏YG初创团队选择以游戏行业作为应用服务产业的主要原因之一，便是希望依托在线游戏市场的发展速度，更快的推进年轻游戏YG和整个区块链技术的普及度。

2.5 在线游戏目前普遍存在的问题

年轻游戏YG初创团队在项目设计初期，从遍及全球各地的在线游戏开发商、游戏开发人员和在线游戏玩家处收集并整理了大量在线游戏行业普遍存在的问题。因为我们认为一款优秀行业区块链应用应该在其宣称上线的同

时，就能一定程度解决其行业现有的问题，让该行业的企业、从业人员、相关消费者感觉到这款应用为该行业所带来的进步。

2.5.1 游戏世界内的通货膨胀

几乎 100%的网络游戏都存在开服一段时间后便无法控制通货（铜币、金钱、银两等自然掉落的金钱）数量，导致通货价值快速下跌的问题。游戏内的通货是游戏内市场重要交易工具，通货膨胀会带来两个严重的问题：NPC 以固定通货价格出售的游戏道具的贬值和玩家的线上交易活动无法使用游戏内通货来完成。这两个问题足以最终导致，游戏内的通货完全失去存在的意义。

2.5.2 付费道具对游戏公平性的破坏

所谓商业机构，其存在的最终目的就是盈利。而游戏开发商和营运商的盈利则主要依靠于玩家。所谓鱼与熊掌不能兼得，玩家在选择不收点卡和月卡的免费游戏的同时，就必须接受游戏营运商出售的高属性道具带来的不公平性。不愿意消费的玩家自然只能被愿意为付费道具买单的玩家欺凌，游戏世界的角色能力完全取决于玩家的现实经济实力。

2.5.3 游戏公司频繁开新区合区

部分在线游戏公司为了快速完成开发、迎合玩家对快速成长的需求想市场投放了大量装备属性高、游戏内容少的快餐游戏。玩家进入后，很快便能体验玩所有的游戏内容便不在有需求，于是只有两个选择：离开和进入新区从新开始。为了集中人气和刺激消费游戏营运商的最简单选择便是不断开新区然后并把老区合区。进入新区的玩家面临的最大问题便是从零开始。

2.5.4 玩家缺乏从零开始体验新游戏的勇气

一款在线角色扮演游戏，从建立账号到小有所成往往需要玩家付出大量的时间和精力。好不容易练成的角色和收集的虚拟道具都被玩家视为个人财产。一旦决定进入一款新的游戏，马上要面对的便是老游戏的虚拟道具和角色没有时间在使用，食之无味，弃之可惜。新游戏又面临新的资金投入和时间投入。

2.5.5 现金道具交易的不安全性

谈到在线游戏就不可回避一个最敏感的话题：现实金钱交易行为（rmt），玩家选择用现实金钱购买其他玩家的角色、道具、金钱等虚拟财产。本文不讨论这种行为的合理性，但是我们必须承认这种交易行为普遍得不到游戏公司的承认，缺乏监管，欺骗与被骗的现象在每款高人气的游戏里都非常普遍。

2.5.6 玩家社群的快速解体

在线游戏的最大特点之一就是玩家之间的社交性，玩家通过组队、交易相互认识并结为好友，形成稳定的社群（工会、行会、家族等）。早期在线游戏选择少，练级慢，所以早期的玩家社群都非常稳定。但是现在新区、新游戏不断上线，玩家的流动性日益加大，导致了玩家社群的稳定性不复存在，玩家之间难以建议长久的感情。

2.5.7 大公司对游戏行业的绝对影响力

大型游戏公司往往比新兴游戏公司更有资金有资源去宣传自己公司的新游戏，商业化的游戏评论也很自然的缺乏公正性。导致一些新兴游戏公司做出了好的产品却无力将自己的好产品推向广大玩家，最后只有两个选择：永久封存和廉价转让。

2.5.8 游戏行业缺乏精准数据

精确的市场数据分析是一个行业发展的必要条件，但是因为统计方法的局限性，游戏业者很难得到准确可靠的市场数据，玩家也难以得到准确游戏热门度排名信息。建立一个准确、客观的游戏资料库日益重要。

3 Y G 与游戏产业

年轻游戏 YoungGame 和在线游戏产业是相互支持的关系。初创团队希望年轻游戏YG的上线能帮助游戏产业一定程度的解决现有问题初进产业升级，同时也希望借助游戏产业的庞大市场，提升年轻游戏YG代币的使用率和币值，让年轻游戏 YG 代币的持有人持久获利。

3.1 游戏应用链的应用场景

年轻游戏 YG 是一款服务于游戏产业的区块链代币应用为核心的应用生态系统。初创团队的初衷是年轻游戏YG在设计之初就以解决游戏行业的现有问题并一定程度的促进行业进步为设计需求，并且初创团队希望能在这份白皮书中能针对一些具体的应用场景为读者展现实际的解决方案。我们希望我们提供的这些解决方案能拓展年轻游戏YG爱好者的思路，将来为年轻游戏 YG 提供更多的应用场景解决方案和扩展应用。

3.1.1 Y G 本位的游戏货币体系

YG本位是指游戏世界中所有玩家持有的游戏通货和游戏世界储存的 Y G 数量成比例挂钩。游戏厂商为游戏设定一定数量的 Y G 初始储备量，当 NPC 或者其他游戏内消费回收通货后，YG的世界储存数量就增加，当玩家在游戏内获得来自游戏世界 NPC 或者其他奖励获得通货后就 Y G 的世界存储数量

当然，我们还可以继续发挥想象空间。我们可以让 NPC 回收装备的价格也被年轻游戏YG代币存储量影响，可以让游戏世界的所有交通工具、地图门票等所有物价均受年轻游戏YG代币存储量控制。

游戏公司可以根据服务器收益调整全区 Y G 代币储备量，有能力的玩家也可以向所在游戏世界捐赠 Y G 代币。

3.1.2 结合区块链的账号系统

任何在线游戏的账号系统和整个年轻游戏YG区块链的地址可以实现完美结合。用户的游戏应用链钱包地址将何其本人参与的所有在线游戏的用户账户打通。

年轻游戏YG代币钱包地址和用户的游戏账户打通后，最基本的新功能便是用户可以通过游戏软件直接获取来自游戏公司奖励的 Y G 代币。

3.1.3 虚拟道具的 YG 交易

在线游戏可以通过对接 YG 交易 WEB 应用，实现 YG 结合 YG 代币的虚拟宝物交易系统，交易流程为：

Step 1. 卖家登陆 web 挂卖系统

Step 2. 挂卖的装备，并为该装备填写专门的 YG 收币钱包。

Step 3. 买家选定装备，并用账号绑定的 YG 钱包支付 YG 代币到装备对应的 YG 钱包。

Step 4. 游戏区块监控系统读取到挂卖装备 YG 钱包的变动后，向付款地址对应的游戏账号的邮件数据

。Step 5. 买家登陆游戏收取包裹获得对应装备。

这种交易模式将带来以下好处：

- 玩家之间的 RMT 交易变得安全可靠。
- 玩家可以将变卖虚拟道具获得的 YG 投入到新区或者新游戏。
- 游戏厂商将获得新的盈利模式——交易手续费。

3.1.4 YG 应用的无限可能

前文提到的应用场景仅仅是起到抛砖引玉的作用，我们还规划了基于 YG 的社交 APP 的开发计划，让所有年轻游戏 YG 代币的使用者在玩任何游戏的时候都能轻松找到老朋友，游戏社群不再脆弱。

年轻游戏 YG 还可以用于游戏行业的交易数据统计等更多应用，只要坚持思考和开发，YG 将拥有无限应用可能。

3.2 游戏产业对年轻游戏 YG 代币币值的影响

影响一款区块链应用的代币的币值的最主要因素便是代币的使用率，依据前文的论述我们有理由认为：年轻游戏 YG 代币的币值会因为其针对游戏产业所设计的良好应用性而得道良性的发展。

3.2.1 在线游戏对 Y G 代币币值的影响

随着时间的推移越来越多的游戏开发商会把自己的产品接入年轻游戏 Y G 区块链应用生态系统中,游戏公司经营游戏和玩家参与游戏都不可避免的需要使用到 Y G 代币 ,YG代币也会应为玩家和游戏公司的大量使用而增值。

YG初创团队也会将前期募集的资金用于第一款 Y G 游戏的开发,该款游戏将全方位使用 Y G 代币为游戏主货币,参与其中的玩家也可以通过游戏获得少量 Y G 代币。

3.2.2 第三方应用对 Y G 代币币值的影响

年轻游戏YG是一个以区块链应用为核心的应用生态系统,任何开发者都可以遵循年轻游戏 Y G 的开发理念开发自己的第三方应用。第三方应用会为 Y G 代币带来更多的使用者,并对 Y G 代币的币值起到良性作用。

4 项目计划

为了保证早期投资人的利益,年轻游戏 YoungGame 初创团队已经对整个项目的发展和 Y G 代币的发行与使用做出了详细的规划。

4.1 年轻游戏 Y G 自主扩展应用的开发计划

YoungGame团队将尽快提升年轻游戏 Y G 代币的币值,

4.1.1 Y G 社交 APP 的开发计划

年轻游戏YG初创团队将在未来完成 Y G 社交 APP 的开发,该款 APP 将基于 Y G 代币系统进行开发。用户可以自用注册账号并和自己的 Y G 钱包地址进行绑定,用户可以在这款 APP 中进行 Y G 的 PUSH 交易和参与 YG和相关游戏的线上讨论。

4.2 年轻游戏 Y G 的第三方应用开发者的发展计划

第三方开发者被年轻游戏 Y G 初创团队视为年轻游戏链YG应用生态系统发展的最重要力量。YG初创团队将在线上线下同步开展 Y G 开发者的招募工作。

4.2.1 线上 Y G 开发者的募集计划

YG初创团队将开放 Y G 开发者社区,由初创团队发布 Y G 扩展应用的相关文档。Y G 第三方开发者可以在开发社区获得来自 Y G 技术团队的开发支持。

4.3 Y G 代币的使用规划

YG的总量固定为 1 亿，初创团队已经根据开发中项目的开发预算和相关市场调研结果，对 Y G 代币的使用做出了确定的规划。

YG代币总量 1 亿

后续发展	: YG百分之八十	(8000万) 后续发展公链储备。
初创团队	: YG百分之八,	800万 YG, 上市后每年解锁百分之十, 预计十年释放完毕。
早期投资	: YG百分之五,	500 万 Y G ,
公募认购	: YG百分之五,	500万 YG
市场营销	: YG百分之二,	200 万 Y G ,

5 总结

YoungGame是一个服务于游戏产业以区块链应用为核心的应用生态系统，YG可以完全实际性的改善游戏产业现存问题，游戏产业对YG代币的使用率也有强大的推进作用。所以，我们有理由相信年轻的YG将成为一款成功的把区块链对接到游戏生态应用。

感谢您对YoungGame团队的支持！